

## PDCAサイクルを効果的にまわすには？

---



ソフトブレンチャイナ  
软脑科技（北京）股份有限公司

# P

## 計画営業

施設の重要度に応じて、  
行くべき施設への  
訪問計画

## 訪問数増加

その場で報告、帰社いらず。  
1件でも多くの  
訪問を実現。

# D



## 具体的 マネジメント

施設攻略状況を確認しながら  
時間や場所を選ばず  
マネジメント

## 自動集計 さらに増加へ

日報、週報、施設情報など自動集計  
資料作成時間に縛られず、  
営業活動に専念

# C

---

**PDCA**サイクルを効果的に回して、成果をあげるための秘訣を紹介していきます。

なお、**PDCA**全体をとおして意識しておきたいのは、**目標を達成するためのPDCAになっているか**ということです。というのも、ただ日々のルーチン業務を**PDCA**に落としこんでも、成果は得られにくいからです。

目指すべき目標を明確にしたのち、そこに繋がる**PDCA**サイクルを高速で回していきましょう。高速で回す事で改善のスピードが上り、ゴール/ 目標に近づきます。

**PDCA**サイクル全体のポイントを理解したところで、各ステップのポイントをご案内します。

# ◆Plan:計画①

---

**Plan**（計画）は**1**サイクルでやるべきことを具体的に設定するステップです。

**PDCA**の要といえるステップになります。というのも、計画のたて方が間違っていたり切り口・視点に偏りがあったりすれば**PDCA**の効果は限定的になるからです。

**Plan**のステップをうまく回す秘訣としては、以下**3**つがあげられます。

- 明確な数値や指標を設ける
- 6W2Hなどのフレームワークを使う
- ロジカルにやるべきことを抜けもれなく抽出する

それぞれ具体的にご案内していきます。

## ◆Plan: 計画②

### ■明確な数値や指標を設ける

計画はできるだけシンプルで実現性が高いものにします。

達成までの期限が決まっているのであれば、タスクや行動などを整理し、スケジュールに落とし込んでいきます。高い目標であるほど、達成するための行動やリソース、スケジュールなどの優先順位が重要となります。

たとえば営業の売上を上げたいなら、無駄な業務を減らして訪問件数を1年前の**1.5倍**に増やすといったイメージです。

ちなみに上記の場合、無駄な業務を減らす要素と訪問件数を増やす要素という**2つ**の要素があるので、別々に**PDCA**を回すことも検討したほうが良いでしょう。

もちろん無駄を減らさずに訪問件数を増やせるなら、**PDCA**は**1つ**で問題ありません。

### ■6W2Hなどのフレームワークを使う

**6W2H**などのフレームワークを使って、いつ誰が何をするかといった要素を明確にするのも重要です。業界や業務によって要素は増減させたほうが良いので、次の表から必要十分な要素の入っているものを選んでください。

次の表の要素を組み合わせて、独自のフレームワークを作成するのもおすすめです。

実際、表で上げているもの以外に**5W2H**や**7W3H**も存在します。たとえば営業の成約率を上げるべく、ベテランクローザーとの同行回数を増やすなら、**6W2H**を基本に**hou much**を**how many**に変えるなどです。

## ◆ Plan: 計画③

要素	5W1H	6W2H	8W3H
when : いつ (時期)	○	○	○
when by : いつまでに (期限)	×	×	○
where : どこで (場所)	○	○	○
who : だれが (行動の主体)	○	○	○
with whom : だれと (相手・パートナー)	×	×	○
whom : だれに (顧客や関係者)	×	○	○
what : なにを (内容)	○	○	○
why : なぜ (理由)	○	○	○
how : どのように (手段)	○	○	○
how many : どのくらい (量)	×	×	○
how much : いくらで (金額)	×	○	○

## ◆Plan: 計画④

### ■ロジカルにやるべきことを抜けもれなく抽出する

最終的に達成したい目標に必要な要素をロジカルに抜けもれなく抽出し、仮説をきちんと立てるのも重要です。アプローチに偏りがあつたり、感性や感情、経験で対応していたりすると**PDCA**の効果が限定的になるからです。たとえば利益を上げるといった最終目標の場合、利益の切り口は以下のように抽出できないといけません。

- 利益＝売上－費用
- 利益＝利益/個×販売個数
- 利益＝売上×利益率
- 利益＝部門Aの利益＋部門B...
- 利益＝間接販売＋直接販売
- 利益＝海外販売＋国内販売

他にもあげればきりがありませんが、まず取り組むべき課題をすべて明確に把握した上で優先順位や重要度を考えましょう。

後から、「そういえば、なぜこの要素の改善をやっていない？ 主要因では…？」となると機会損失が発生していることになります。もちろんやり直しはききますが、最悪重要な要素に気づかないで**PDCA**を終えてしまうと効果は限定的です。

## ◆DO:実行

なるべく計画通りに実行します。

ここで重要なのは、**あとで評価・分析 (Check)** できるように**活動内容を残すこと**です。売上目標であれば、**POS**レジなどにデータが残りますが、営業活動の改善の場合は、**SFA**にデータの入力が必要になります。いずれにせよ、実行した内容が記録できず、見える化もできていないなら問題です。

また、計画通りにいかなかったことや、発生した課題も記録するのが大切です。その際、記入者による偏りが発生しない工夫が必要になりますが、より良い方法やアプローチが見つければ、次の**check**で**PDCA**全体のクオリティを上げられます。

たとえば営業マンの場合は、顧客を訪問し、どの企業の誰に会い、どの商品を提案したのかその時の顧客の反応や受注確度はどうなのか、計画通りに進んだのか、などの情報が必要になってきます。的確な指標がくみとれるよう、体制を工夫しましょう。



## ◆ Check: 評価

---

計画通りに進んでいるのか、目標がどの程度まで達成できているのかを評価します。

計画の段階で設定した指標を元に、客観的な数値で判断します。

良かった点と悪かった点を客観的に定量数値などで分析し、どうしてそうなったかという要因をふり返りましょう。

その数値になった因果関係を明確にし、どのようにすれば改善 (**Action**) につながるのかを議論することが重要です。

## ◆Action:改善

---

目標達成を行うための施策の精度を高めましょう。

評価を見ながら、良かった点は継続的に行い、悪かった部分はどのように改善すべきかを考えます。

これらの選択肢のなかから、最も実現性の高い選択を行い、計画（Plan）につなげていきます。

また、見込みがないものに対しては計画そのものの修正や中止などの検討/判断も必要です。

# ◆ 一歩先をいくPDCAにするコツ

PDCAのコツは目標と期間の明確化

PDCAの各ステップのコツを紹介しましたが、実は最初のPlanを設計する前にしておきたいことが2つあります。具体的には、以下のとおりです。

- 目標の明確化
- 期間の明確化

上記2つをあいまいにしたままPDCAを回しはじめると成果につながりにくくなってしまいます。そこで、上記した2つについてそれぞれについてご案内します。

## ■ コツ① 目標の明確化

PDCAの目標を明確にするのは重要です。

目標が明確にされていないと、評価するときどの角度から評価してよいかがあやふやになる可能性があります。せっかくPDCAを導入しても、結果的にあまり意味がないものとなってしまいます。

## ■ コツ② 期間の明確化

期間を設定することにより実現性を高められます。

「1年後までに現在の売り上げを20%上回る」といった目標設定により、必要な行動を逆算して考えられるのです。

また、改善までの時間短縮が可能となり、競合に対して先手を取れる可能性もあります。

このように、ゴールを明確にし緊張感を持たせることで、PDCAを効果的に回せるようになるでしょう。



お問い合わせ先

会社名：ソフトブレインチャイナ

軟脳科技（北京）股份有限公司

<http://www.softbrain.com.cn>

e-mail: [e-market@softbrain.com.cn](mailto:e-market@softbrain.com.cn)

【北京】

住所：北京市海淀区蓝靛厂南路25号牛顿办公区1006室

〒100097

T E L : 86-10-82356730 FAX : 86-10-82356728

【上海】

住所：上海市北京西路1701号静安中华大厦1103室

〒200040

T E L : 86-21-60900548 FAX : 86-21-60900545